PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

Tema

ANÁLISIS DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE AGUA EMBOTELLADA DE LA EMPRESA ACQUA CAPRI EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS

Línea de Investigación: Análisis y mejoramiento de procesos

Tesis de grado previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas mención Planeación

Autora

ING. DAYRA XIMENA MIKETTA LÓPEZ

Asesor

MGT. ELIAS HUMBERTO SALAZAR DONOSO

Esmeraldas – Ecuador
Enero, 2017

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN PLANEACIÓN**

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Título del trabajo:

Análisis del proceso de comercialización de agua embotellada de la empresa Acqua Capri en la ciudad de Esmeraldas.

Mgt. Elias Humberto Salazar Donoso
ASESOR DE TESIS **f…….**

Mgt. Orlin Alava Chila
LECTOR 1 **f…….**

Mgt. Fernando Moncayo Raad
LECTOR 2 **f…….**

Mgt. Mercedes Sarrade Peláez
COORDINADORA DE POSTGRADO **f…….**

Mgt. Maritza Demera Mejía
SECRETARIA GENERAL PUCESE **f…….**

Esmeraldas, Ecuador

Enero, 2017

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, DAYRA XIMENA MIKKETTA LÓPEZ, portadora de la cédula de ciudadanía Nº 0802228551 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN PLANEACIÓN, son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

…..……..……..

Ing. Dayra Ximena Miketta López

CI: 0802228551

CERTIFICADO DE TUTOR DE TESIS

Yo, Elías Humberto Salazar Donoso, en calidad de director de Tesis, CERTIFICO haber revisado el trabajo de investigación titulado **ANÁLISIS DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE AGUA EMBOTELLADA DE LA EMPRESA ACQUA CAPRI EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS,** el cual cumple con los requisitos de calidad, originalidad y presentación exigibles y que se han incorporado las sugerencias del Tribunal, al trabajo de grado.

_____

MGT. ELÍAS HUMBERTO SALAZAR DONOSO

DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Esta investigación, no es más que una muestra de esfuerzo y perseverancia, la cual quiero dedicarla de manera muy espacial a DIOS por ser mi guía y haberme permitido concluir con una meta, por darme la suficiente fuerza y sabiduría, y por poner siempre en mi camino las condiciones perfectas que me han permitido prosperar como ser humano.

A mi padre Gastón Miketta Estupiñan y a mi madre Edith López Montesdeoca, por su confianza, son un ejemplo digno para mí y mis hermanas, porque todas las bendiciones recibidas a diario, son gracias a ustedes, y una vez más están junto a mí compartiendo mi felicidad.

A mi tía Dayrita, que ha sido siempre mi segunda madre, y la persona que siempre está motivándome a seguir adelante, gracias por el constante apoyo que me ha brindado siempre.

A mis hermanas, Annita Christina, Melina Scarleth, Alexandra Bolivia y Emilia Gabriela, por estar conmigo siempre, hasta en los momentos más difíciles de mi carrera.

Dayra Ximena Miketta López

AGRADECIMIENTO

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, por mi formación profesional, tanto en Pregrado como ahora en Posgrado.

A mi asesor el Ing. Elías Salazar, por su tiempo, paciencia, dedicación, motivación y consejos como asesor, profesor y amigo, que me han ayudado a formarme como profesional y a culminar con mis estudios, una vez más.

A todos los profesores, quienes dejaron en mi todo su conocimiento que seguro he de saber aprovechar al máximo.

A todos mis compañeros de la aula, en especial a Tito, Evelyn, Sulay, Alan, Andrés, Teresita y Nachito, que permitieron que estos dos años de regreso a la universidad a pesar de los horarios complicados que sea mucho más llevadera.

ÍNDICE

PORTADA ..... **¡Error! Marcador no definido.**
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD v
CERTIFICADO DE TUTOR DE TESIS vi
DEDICATORIA vii
AGRADECIMIENTO viii
ÍNDICE ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS xi
ÍNDICE DE TABLAS xii
RESUMEN xiii
ABSTRACT xiv
CÁPITULO 1 1
INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS 1
1.1. Justificación 1
1.2. Marco teórico de la investigación 2
1.2.1. Fundamentación Teórica/Conceptual. 2
1.2.2. Fundamentación Legal 9
1.2.3. Revisión de estudios previos 12
1.3. Objetivos 15
1.3.1. Objetivo General 15
1.3.2. Objetivos Específicos 15
CÁPITULO 2 16
METODOLOGÍA 16
2.1. Método de investigación 16
2.2. Universo y Muestra 17
2.3. Instrumentos 19
CÁPITULO 3 20
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS 20
3.1. Descripción de la muestra 20
3.2. Análisis y Descripción de los Resultados 22
3.2.1. Análisis de la Entrevista 22

3.2.2. Análisis de la Encuesta #1 24
3.2.3. Análisis de la Encuesta #2 31
3.2.4. Descripción del proceso actual 38
CÁPITULO 4 40
DISCUSIÓN 40
4.1. Discusión de los Resultados 40
4.2. Conclusiones y Propuesta 42
4.2.1. Conclusiones: 42
4.2.2. Propuesta: 44
BIBLIOGRAFÍA 45
ANEXOS 48
Anexo 1 – CETIFICADO URKUND 49
Anexo 2 – Entrevista 50
Anexo 3 – Validación 51
Anexo 4 – Encuesta 1 53
Anexo 5 – Validación 55
Anexo 6 – Encuesta 2 56
Anexo 7 – Validación 58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1 3

GRÁFICO # 2 4

GRÁFICO # 3 6

GRÁFICO # 4 27

GRÁFICO # 5 28

GRÁFICO # 6 29

GRÁFICO # 7 34

GRÁFICO # 8 35

GRÁFICO # 9 36

GRÁFICO # 10 37

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 1 21

TABLA # 2 21

TABLA # 3 24

TABLA # 4 24

TABLA # 5 25

TABLA # 6 26

TABLA # 7 26

TABLA # 8 30

TABLA # 9 31

TABLA # 10 32

TABLA # 11 32

TABLA # 12 33

TABLA # 13 33

Análisis del proceso de comercialización de agua embotellada de la empresa Acqua Capri en la ciudad de Esmeraldas

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en Empresa Acqua Capri, ubicado en las calles Olmedo entre Pichincha y Eugenio Espejo, el cantón y provincia de Esmeraldas, esta empresa de dedica a la producción y comercialización de agua embotellada para el consumo humano.

La presente investigación tiene como objetivos analizar el proceso de comercialización de la planta embotelladora Acqua Capri, conocer la situación actual del proceso de distribución, recopilar información referente a este proceso de la empresa, e interpretar los resultados obtenidos en este estudio.

Para el desarrollo de este estudio, se utilizaron dos instrumentos para la recolección de los datos; entrevista y encuestas, se diseñó una entrevista la cual fue dirigida únicamente para el Gerente General y Propietario de la empresa, y dos encuestas, una dirigida a los trabajadores que participan del proceso de distribución, y la otra a los distribuidores frecuentes que adquieren los productos de esta empresa, cabe mencionar que estos instrumentos fueron debidamente validados.

Continuadamente, se aplicaron estas encuestas, las cuales fueron tabuladas, para su interpretación y análisis a modo de tablas y gráficos. De los resultados obtenidos se evidencian los principales problemas que existen en el proceso de distribución, como catalogan los distribuidores este proceso, la forma en que se deberían de receptar los pedidos, las acciones y las mejoras que consideran que se deberían de aplicar para mejorar el servicio.

Palabras Claves:

Distribución - Comercialización – Procesos - Embotelladora

ABSTRACT

This research work was carried out at business Acqua Capri, located in the streets Olmedo between Pichincha and Eugenio Espejo, the canton and province of Esmeraldas, this company dedicated to the production and commercialization of bottled water for human consumption.

The present research aims to analyze the marketing process of the Acqua Capri bottling plant, to know the current situation of the commercialization process, to gather information regarding the commercialization process of the company, and to interpret the results obtained in this study.

For the development of this study, two instruments were used for data collection; Interview and surveys, an interview was designed which was directed solely to the General Manager and Owner of the company, and two surveys one aimed at the workers involved in the marketing process, and the frequent distributors who purchase the products produced by this company, It should be mentioned that these instruments were duly validated by two professionals.

Continuously, these surveys were applied, which were tabulated, for their interpretation and analysis as tables and graphs. From the results obtained the main problems that exist in the commercialization process are revealed, how distributors catalog this process, how they should receive the orders, the actions and improvements that they consider that should be applied to improve the service.

KEYWORDS

Distribution - Marketing - Processes - Bottling Plant

CÁPITULO 1

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1.1. Justificación

Actualmente el consumo de agua embotellada en los hogares ha ido creciendo, a un ritmo muy constante en todo el mundo, sobre todo en los últimos años, y seguirá creciendo anualmente, a pesar del precio que es excesivamente alto en comparación con el agua potable.

Acqua Capri es una planta embotelladora de agua situada en la provincia y ciudad de Esmeradas, la cual se encarga de distribuir agua embotellada en diferentes presentaciones. La Planta Embotelladora Acqua Capri, tiene en el mercado aproximadamente 15 años, hace10 años fue adquirida por el Ing. Patricio Miketta Falcones quien cumple las funciones de: Gerente General, y Administrador de la misma.

El desarrollo de esta investigación permitió analizar el estado en el que se encuentra el actual proceso de distribución de los productos que ofrece la planta embotelladora Acqua Capri, ya que según conversaciones mantenidas con el propietario, ha recibido varias quejas de los clientes frecuentes por la manera en que son atendidos, además se logró documentar la situación que actualmente aplican los empleados de la empresa.

Este análisis trajo como beneficio la posibilidad de estudiar cuales son las acciones que se están realizando para llevar a cabo con el proceso de distribución de los productos, cual es la percepción del servicio recibido desde el punto de vista del cliente frecuente, con el propósito de contribuir al mejoramiento y desarrollo de la misma.

1.2. Marco teórico de la investigación

1.2.1. Fundamentación Teórica/Conceptual.

En el presente estudio analizó la situación real del proceso de distribución que se llevan a cabo en la embotelladora de agua Acqua Capri, se identificaron los problemas, para lo cual será necesario aclarar algunos conceptos:

1.2.1.1. Manuales Administrativos.

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medio de comunicación y coordinación para registrar y transmitir ordenada y sistemáticamente tanto la información de una organización, (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, elementos de calidad, etc.), como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas, (Enríquez, 2001, p.89).

1.2.1.2. Proceso Administrativo

El proceso administrativo, (J.Galvan, 2009), lo define como "el resultado de la integración de etapas sucesivas a través de las cuales se puede determinar la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral que permita conocer si se cumplen o no los objetivos empresariales", los elementos que sostienen a esta definición son; la planificación, organización, la dirección, el control y por último la evaluación.

1.2.1.3. Cadena de Valor

El valor que una empresa crea se mide por la cantidad de dinero que los clientes están dispuestos a pagar por productos o servicios. Así, una empresa es rentable cuando el valor que crea excede el costo de las actividades necesarias para lograrlo. Para obtener ventaja sobre las demás empresas en el terreno de la competencia, una empresa deberá realizar dichas actividades a un costo inferior o de manera que se produzca la diferenciación y se obtenga un precio mayor. (Porter, 1997)

1.2.1.4. Canales de distribución

Según (Jimenez, 2004), la selección de los canales de distribución con la que se va a trabajar son decisiones que comprometen a largo plazo, las estrategias que se implementen para determinar el diseño y elección de los canales de distribución, tienen que estar en función a: la cobertura del mercado, objetivo de venta, objetivo de beneficios, objetivo de nivel de satisfacción al cliente y finalmente a la imagen y posicionamiento.

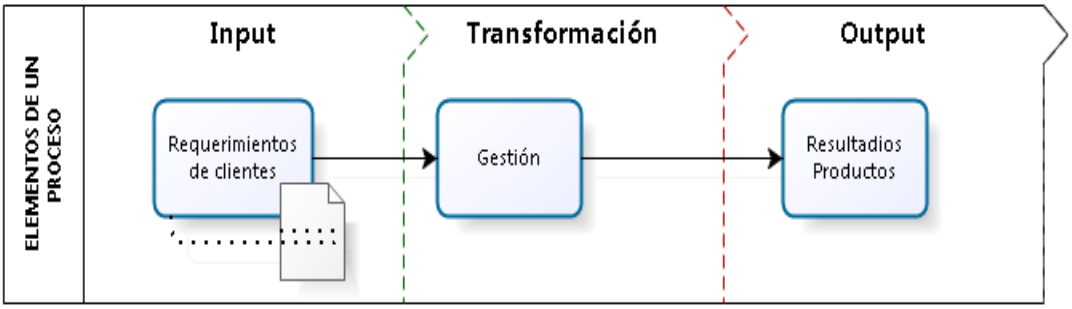
GRÁFICO # 1



1.2.1.5. Procesos

Según (Pérez, 2013) menciona que ISO 9000 define a la palabra procesos como el conjunto de actividades mutuamente relacionadas entre sí, o que interactúan, de tal forma que transforman los elementos de entrada en resultados. (Gráfico 2). En el gráfico 2 se muestra la relación entre los elementos de un proceso:

GRÁFICO # 2



Fuente: (Pérez, 2013, pág. 51)

1.2.1.6. Direccionamiento estratégico

Se puede decir que la dirección estratégica se ocupa de analizar el entorno interno y externo de la empresa, y establecer la jerarquía de los objetivos propuestos. (Caballero & Freijeiro, 2007)

El direccionamiento estratégico es el punto importante en donde se establecen la misión, visión y los objetivos de la empresa.

- **Misión**

(Ruiz, Guzmán, & Lluis de la Rosa, DIRECCION EMPRESARIAL ASISTIDA Cómo Alinear Estratégicamente su Organización, 2007, pág. 19) Afirma: "La misión de una organización es una frase concisa con foco interno, de la razón de la existencia de la organización, el propósito básico al que apuntan sus actividades y los valores que guían las actividades de sus empleados".

- **Visión**

(Ruiz, Guzmán, & Lluis de la Rosa, DIRECCION EMPRESARIAL ASISTIDA Cómo Alinear Estratégicamente su Organización, 2007) Nos indica que "La visión es externa, orientada al mercado y deberá expresar de una manera colorida y visionaria, como quiere la organización ser percibida por el mundo, esta está vinculada con los valores centrales" (p .19).

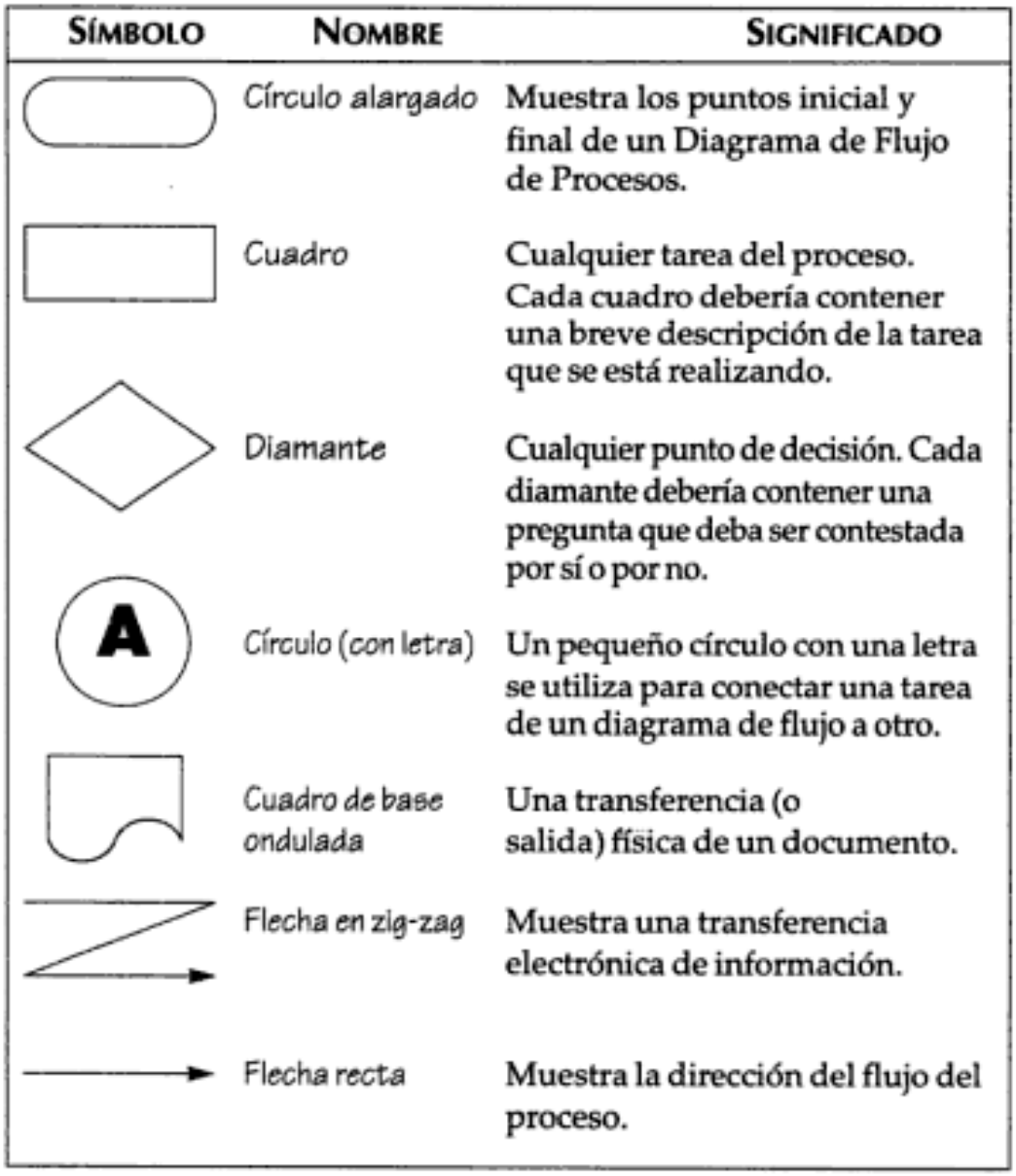
- **Objetivos**

Los objetivos expresan algo que se quiere lograr y, por tanto, determinarán posteriormente las estrategias o medios para alcanzarlos, según lo expresado por (Rivera, 2010, pág. 11), de igual forma, en las empresas existen varios objetivos los cuales buscan satisfacer los requerimientos de la mayoría de sus clientes, pero no solo se basa en esos clientes, sino también en los clientes internos. Es por ello que estos objetivos generalmente son a largo plazo, ósea a más de un año.

- **Diagrama de Flujo**

El diagrama de flujo es la forma en donde se representa gráficamente un proceso, cada actividad de este proceso es representado por gráfico, los cuales están unidos mediante flechas y de esta forma se facilita su comprensión.

GRÁFICO # 3



Fuente: (Y. Chang & Niedzwiecki, 1999)

1.2.1.7. Manual de Procedimientos

Un manual de procedimiento, es el documento aquel que permite conocer las actividades que se siguen para la ejecución de una función. Es de uso interno, el cual ayuda a aumentar la eficiencia de los empleados, indicándoles que tienen que hacer, y como lo deben de hacer.

1.2.1.8. Gestión de Calidad

Según lo manifestado por (Durán, 1992, pág. 5) se entiende por gestión de la calidad a "el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad Incorporando por tanto al proceso de gestión". Es por ello que generalmente los altos directivos planifican para el futuro, se implanta diferentes programas, para controlar sus resultados con el único fin de mantener una mejora continuamente.

1.2.1.9. Sistema de Justo a Tiempo

El sistema Justo a tiempo no es un procedimiento de control de materiales, stock y obras en curso, sino más bien, como lo relatan (Companys Pascual & Fonollosa i Guardiet, 1999), en su libro 22 Nuevas Técnicas de Gestión de Stocks: MRP y JIT, es una filosofía de gestión, la cual tiene como principal objetivo la eliminación del despilfarro y la máxima utilización de las capacidades de los obreros.

(Edward J., 2002) Nos da un concepto en el que manifiesta que la filosofía justo a tiempo reduce o elimina la mayor parte de los desperdicios en las actividades de compras, fabricación, distribución y apoyo a la fabricación o a las actividades de oficina cuando nos referimos a una empresa manufactura.

1.2.1.10. Despilfarro

Se considera despilfarro a todas las actividades que no añaden un valor al producto, es así como se menciona en el libro 22 Nuevas Técnicas de Gestión de Stocks: MRP y JIT, es una filosofía de gestión, las 7 fuentes de despilfarro según TOYOTA, las cuales son: sobreproducción, tiempos muertos, transportes, procesos inadecuados, stocks, movimientos improductivos y finalmente productos defectuosos.

También llamado como desperdicio, "todo lo que sea distinto de la cantidad mínima del equipo, materiales, piezas y tiempo laboral absolutamente esenciales para la producción" tal cual los define (Edward J., 2002).

1.2.1.11. Valor Agregado

"Todo lo que sea distinto de los recursos mínimos absolutos de materiales, máquinas y mano de obra necesaria para agregar valor al producto" (Edward J., 2002), en su mismo libro, define por segunda vez el termino Valor agregado en función a la aplicación del sistema Justo a Tiempo "las únicas actividades que agregan valor son las que producen una transformación física del producto". Hay que saber diferenciar cuales son las cosas que generan costos, mas no valor.

1.2.2. Fundamentación Legal

Toda investigación debe estar sustentada por un marco legal, y este estudio está respaldado por las siguientes leyes;

Plan Nacional el Buen vivir 2013-2017

Con el fin de ofrecer más y mejores condiciones a los clientes externos, y sobre todo a los clientes internos de la Planta Embotelladora Acqua Capri, y tomando en consideración el punto 3.2 del Plan Nacional el Buen vivir 2013-2017, el cual manifiesta: "3.2 Planificación Descentralizada y participativa.- El Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa constituye el conjunto de procesos, entidades e instrumentos, que permiten la interacción de los diferentes actores sociales e institucionales para organizar y coordinar la planificación del desarrollo en todos los niveles de gobierno".

Constitución Política de la República del Ecuador

Esta investigación nace como instrumento direccionado a mejorar la productividad empresarial de la Planta Embotelladora Acqua Capri, sustentado en los siguientes artículos de la Constitución Política de la República del Ecuador, el mismo que se refiere a las formas de Organización de la Producción y su Gestión.

Art. 52. Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características (Asamblea Nacional, 2008).

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias daños o mala

calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 54. Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore (Asamblea Nacional, 2008).

Art. 276. El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución, (Asamblea Nacional, 2008).

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable, (Asamblea Nacional, 2008).

Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural, (Asamblea Nacional, 2008).

Art. 319. Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas, (Asamblea Nacional, 2008).

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren un buen vivir para la población y de la misma forma, incentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda

interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional, (Asamblea Nacional, 2008).

Art. 320. En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social, (Asamblea Nacional, 2008).

Norma INEN

Establece los requisitos que deben cumplir las aguas envasadas, con la finalidad de prevenir riesgos para la vida y la salud de todas las personas, evitando así prácticas que puedan producir algún tipo de error o confundir al consumidor. (Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 055, 2011)

Ley de Régimen Tributario Interno

De acuerdo a la actividad económica que actualmente realiza la Planta Embotelladora Acqua Capri, está es una empresa de tipo persona natural, la cual no está obligada a llevar contabilidad, según se lo establece en el Art. 97.5 Categorización y Re categorización, de la Ley de Régimen Tributario Interno, a cuyas disposiciones deberá sujetarse Acqua Capri.

1.2.3. Revisión de estudios previos

En el desarrollo de la investigación, no se encontró ningún tipo de estudio previo que se le haya realizado a esta empresa, es por ello que cabe recalcar que es la primera vez que se va a realizar un análisis a los procesos de la Planta Embotelladora Acqua Capri, pero para la realización de esta investigación se usó como fundamento los siguientes estudios:

- ✓ "Evaluación de la gestión administrativa de la distribuidora de agua Fontbella en el cantón Atacames", publicado en Mayo del 2015, por el MSc. Boris Estupiñán Ortiz, ex estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas PUCESE, en el cual concluye "…El diagnóstico realizado a la gestión administrativa de FONTBELLA a través del uso de instrumentos permitió determinar las debilidades organizacionales de los procesos que dificultan optimizar los recursos". (Estupiñán, 2015). Los instrumentos usados en este estudio sirvieron como base para el diseño de los instrumentos los cuales fueron aprobados y utilizados en esta investigación.

- ✓ "Análisis de los Procesos de Comercialización de Tecnología en Dos Instituciones de Educación Superior Mexicana" publicado por la revista de Ciencias Administrativas y Sociales Journal Of Technology Management & Imnovation, en el cual Pérez & Calderón (2014) manifiesta que en América Latina hay mucho por avanzar, por ello es necesario hacer un esfuerzo por documentar las experiencias y buenas prácticas, lo cual aportará a la profesionalización y a l construcción de una teoría latinoamericana de gestión de la transferencia de tecnología, adaptada a las condiciones de la región y sus instituciones. En este análisis, se documentaron las experiencias y buenas prácticas que se realizaban en las instituciones estudiadas.

- ✓ Según (Castellano Cardona, 1999), en su investigación "Modelo de estructuración de canales de distribución para la comercialización de bebidas" menciona que los distribuidores que adopten buenas estrategias de comercialización que imparten las empresas son las que tendrías mayor venta de bebidas. Este estudio nos permitirá comparar si la empresa embotelladora Acqua Capri imparte algún tipo de estrategias a sus distribuidores las cuales sirvan para conseguir mayores ventas.

- ✓ En el estudio "Plan de Negocios de Agua Embotellada para ETAPA" concluye indicando que el negocio del agua embotellada está determinado por el volumen, es decir, mientras mayor participación de mercado se logre, mayores réditos se genera, (Gutierrez Castro & Calle Vidal , 2010), por lo que es importante mantener y captar los espacios de mercados que se mantienen y que se esperan conquistar, además menciona que si se delega el proceso de distribución de su producto a otra empresa, esta última debe de tener experiencia.

- ✓ (Ortiz Porras, Roque Huayra, & Goyburu Naquiche, 2015), en su investigación "Plan de negocio para la creación de una planta purificadora de agua: San Jorge, llegaron a la conclusión de que en cuanto a la distribución, si bien existen tres posibilidades: propia, por terceros o mixta; tomaron la por una distribución propia. Debido a que se trata de un producto de consumo masivo, en su caso con clientes específicos, de acuerdo a su estudio. Es por ello que llegaron a la deducción que los costos de logística de distribución eran relativamente bajos, y por ello consideraron asumirlo, en relación a los canales de comercialización mencionaron a dos tipos: Venta y distribución directa y Venta y distribución indirecta, y en esa empresa escogieron la segunda opción, es decir la venta directa al consumidor.

- ✓ En el “Estudio de prefactibilidad para la instalación y operación comercial de una planta de purificación y envasado de agua para consumo humano en el municipio de monjas, departamento de Jalapa, Guatemala” sus autora consideró que para la comercialización de su producto debía de seguir un modelo basado en Productor-Minoristas-Consumidores, ya que mediante este esquema podrá tener una comunicación más directa con el cliente. (Orozco Miranda , 2009)

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

- ✓ Analizar el proceso de comercialización de la planta embotelladora Acqua Capri.

1.3.2. Objetivos Específicos

- ✓ Conocer la situación actual del proceso de comercialización.
- ✓ Recopilar información referente al proceso de comercialización de la empresa.
- ✓ Interpretar los resultados obtenidos en este estudio.

CÁPITULO 2

METODOLOGÍA

2.1. Método de investigación

El tipo de investigación que se aplicó en este estudio fue el descriptivo debido a que se inició con el análisis de la situación actual del proceso de comercialización de la empresa embotelladora Acqua Capri.

Los métodos de investigación que se utilizaron fueron los siguientes:

- ✓ **Método Deductivo:**

  El cual parte de lo general para llegar a situaciones particulares, mediante la aplicación de criterios teóricos, este método fue el más adecuado para la formulación y enriquecimiento teórico, ya que sirvió de vínculo entre el conocimiento teórico y empírico.

- ✓ **Método Inductivo**:

  Al momento de la aplicación de este método, se analizó casos muy particulares y estos resultados permitieron llegar a conclusiones generales. En este método se utilizó mucho la observación y experimentación lo cual conllevo a estudiar más de cerca los hechos que se repiten una y otra vez.

  Para esta investigación de campo se consideró la aplicación de las siguientes actividades:

- ✓ Identificación del universo y la población, alineados a los objetivos de esta investigación.

- ✓ Definición del tamaño de la muestra.

- ✓ Selección de los instrumentos a aplicar según la metodología y el criterio del investigador.

- ✓ Diseño de los instrumentos, haciendo una revisión de investigaciones previas.

- ✓ Validación de los instrumentos, con el fin de determinar el nivel de comprensión e identificación de errores.

- ✓ Elaboración de ajustes en los instrumentos diseñados, de ser el caso.

- ✓ Aplicación de los instrumentos.

- ✓ Tabulación los datos obtenidos.

- ✓ Elaboración de informe de resultados, el cual se encontrará en el capítulo 3.

2.2. Universo y Muestra

Para efectos de la presente investigación, el universo de este estudio son los trabajadores de la empresa Acqua Capri, y los distribuidores de este producto, por ser una población pequeña no fue necesario que se apliquen ningún tipo de fórmulas estadísticas para extraer muestra, por tal razón se usó el modelo determinístico o más conocido como no probabilístico para la realización del presente estudio. Los instrumentos para recolección de la información necesaria serán dirigidos al Gerente General, a los trabajadores y a los distribuidores de la empresa, la misma que se detalla a continuación:

Personal de Acqua Capri:

- 1 Gerente de la Empresa,
- 1 Administrador Financiero,
- 1 Gerente de Producción,
- 8 trabajadores de obra directos.
- 20 distribuidores

Total de entrevistados: 31 personas.

En vista que se tomó como muestra a toda la población vinculada directamente con la empresa, se procedió a dividir en dos **Población 1** y **Población 2.**

Población 1:

Gerente General de la planta embotelladora Acqua Capri. (1 persona).

Población 2:

Los empleados de la planta embotelladora Acqua Capri. (10 personas).

Población 3:

Los distribuidores del producto, o también conocidos como clientes frecuentes, no son consumidores del producto, ya que ellos compran al por mayor para venderlo a los consumidores finales. (20 Distribuidores).

2.3. Instrumentos

Para la recolección de la información se diseñaron instrumentos como entrevistas y encuestas.

- ✓ **Entrevistas:**

  Se la realizo en forma de una conversación la cual permitió cumplir los objetivos del presente estudio, ya que tuvo como objeto recoger la información de los involucrados de cómo se está llevando proceso actualmente, para lo que se diseñó una entrevista, la cual se la aplicó a el gerente general, con la finalidad de obtener criterios acerca temas que fueron muy importantes para el desarrollo de este estudio.

- ✓ **Encuestas:**

  Este instrumento fue escogido para la recopilación de datos primarios, se realizaron 30 encuestas, para lo cual se diseñaron 2 modelos, una dirigida a los empleados de la planta (10) y la otra a los distribuidores (20). Estas encuestas fueron validadas por expertos el Mgt. Elías Salazar y el Mgt. Gimmy Jácome.

CÁPITULO 3

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Descripción de la muestra

El presente análisis se realizó en la ciudad y provincia de Esmeraldas, en la planta embotelladora de Acqua Capri, para la obtención de los resultados se realizaron 30 encuestas las cuales fueron realizadas a 10 trabajadores de la planta, 20 distribuidores, y una entrevista realizada al propietario de la empresa, teniendo como universo un total de 31 personas.

Se realizó una entrevista, sobre el desarrollo del proceso de comercialización de esta empresa al Ing. Patricio Miketta Falcones, Gerente General y Propietario de la planta embotelladora Acqua Capri.

Como anteriormente se había explicado el método con el cual se procedió a dividir en dos **Población 1** y **Población 2,**

Población 1:

De los 10 empleados que se entrevistó, los cuales están directamente relacionados al proceso de comercialización de la planta Embotelladora Acqua Capri, el 90% tiene más de 2 años trabajando para la empresa, por lo que se puede decir que el personal que labora ya está bien familiarizado con todas las actividades que implican el desarrollo del proceso de comercialización..

TABLA # 1

1. TIEMPO LABORANDO

OPCIONES	RESULTADOS	%
0 a 2 años	1	10%
2 a 5 años	3	30%
mas de 5	6	60%
TOTAL	**10**	**100%**

Población 2:

Se realizó la encuesta # 2 a los 20 distribuidores de los productos que ofrece Acqua Capri, o también conocidos como clientes frecuentes, en donde se pudo notar que el 55% de ellos son clientes relativamente nuevos para la empresa tomando en cuenta que la empresa ya lleva más de 15 años en el mercado, se evidencia en la Tabla # 2 que tienen menos de 11 meses trabajando con productos de esta marca.

TABLA # 2

1. TIEMPO COMERCIALIZANDO

OPCIONES	RESULTADOS	%
0 - 11 MESES	11	55%
1 - 2 AÑOS	4	20%
3 - 5 AÑOS	2	10%
MAS DE 5 AÑOS	3	15%
TOTAL	**20**	**100%**

3.2. Análisis y Descripción de los Resultados

A continuación se presentarán los resultados obtenidos en el análisis del proceso de comercialización de agua embotellada de la empresa Acqua Capri en la ciudad de Esmeraldas, aplicado al gerente general, empleados y distribuidores frecuentes.

3.2.1. Análisis de la Entrevista

Debido a que la planta embotelladora de Acqua Capri, comenzó hace aproximadamente 15 años como un emprendimiento familiar, al pasar de los años ha ido creciendo, y se ha venido manejando de manera empírica, mejorando los procesos según las experiencias vividas en el aprendizaje, actualmente la empresa mantiene un proceso para la comercialización de sus productos, pero no se puede decir que es un proceso que está definido y que se lo cumple a cabalidad.

Cuando un empleado inicia a trabajar en la planta, se le da una inducción que dura las 8 horas del primer día de trabajo, allí se les explica de qué manera se maneja el negocio, se hacen los recorridos y en un inicio despachan los pedidos que se receptan por medio de secretaría, hasta que se familiarice con el proceso y pueda realizar el proceso de pedido y entrega del producto.

Los empleados conocen cuales son las actividades que deben desarrollar en la comercialización de los productos de Acqua Capri, pero debido a que es un proceso que se lo realiza de una forma empírica no se les ha establecido tiempos ni plazos para el cumplimiento de las mismas, actualmente la empresa no maneja ninguna herramienta de control para ninguno de los procesos que están directamente relacionados con la distribución o entrega de los productos.

Según lo manifestado por el entrevistado, al actual proceso que desarrolla la empresa le hace falta mecanismos de control el cual le permita llevar un registro histórico de las compras de los clientes frecuentes, además de contar con una base de datos, pero debido a que el gerente propietario no se dedica 100% al negocio debido a sus múltiples ocupaciones, el negocio se ha venido desarrollando desde los inicios hasta la actualidad de la misma forma.

Desde un inicio los problemas que han venido presentando es el cruce de las rutas y pedidos, por lo tanto esto ha implicado que se retrasen otras entregas, y que exista mucho derroche de recursos, sobre todo económicos. Es por ello que desde hace aproximadamente 3 años se realizó la adquisición de varios vehículos los cuales han permitido atender de manera más rápido a los clientes y llegar a la búsqueda de nuevos.

Antes de concluir con la entrevista, el gerente general de la empresa supo manifestar que le parece importante documentar los procesos que se llevan en una empresa, ya que por medio de esta se podría tener un histórico de los cambios que se han venido dando en los mismo, además que se podría implementar un herramienta para el cumplimiento de los mismos.

3.2.2. Análisis de la Encuesta #1

TABLA # 3

2. CONOCE LOS PROCESOS

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	9	90%
NO	1	10%
TOTAL	**10**	**100%**

Es evidente que los trabajadores de la empresa embotelladora Acqua Capri, conocen si la empresa tiene un proceso para comercializar sus productos ya que a esta interrogante, el 90% contesto de forma afirmativa, según se lo puede ver en la Tabla 3 que se encuentra a continuación.

TABLA # 4

3. TIPO DE CAPACITACIÓN

OPCIONES	RESULTADOS	%
ORAL	7	70%
ESCRITAL	0	0%
GRUPAL	0	0%
NINGUNA	3	30%
TOTAL	**10**	**100%**

Debido a que los encuestados eran pocas personas, esto permitió llevarlas a cabo de una forma más personalizada, y esto también se lo hizo con el fin de poder recabar más información, al momento de consultar si habían recibido algún tipo de capacitación sobre el proceso de comercialización de los productos que ofrece Acqua Capri, el 70% recibió más que capacitación una inducción al momento que inicio a laborar en la empresa, y esta fue dada de forma oral, el 30% al contrario manifestó que no han recibido ningún tipo de capacitación.

TABLA # 5

4. ACTIVIDADES A REALIZAR, TIEMPO Y DE QUE FORMA

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	**10**	**100%**

A pesar que el 90% de encuestados saben de la existencia de un proceso de comercialización, a el 70% se brindó una capacitación de forma oral de este procedimiento, cuando la pregunta fue que si le habían comunicado cuales son las actividades que debe realizar, en cuanto tiempo y de qué forma debe de ejecutarlas el 80% tal como se lo puede evidenciar en la tabla 5, manifestaron que no se les había detallado las funciones de tal forma.

TABLA # 6

5. HERRAMIENTA DE CONTROL

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	0	0%
NO	10	100%
TOTAL	**10**	**100%**

El 100% de los empleados encuestados indica que no se maneja ninguna herramienta de control para el proceso de comercialización, con estos datos queda claro que debido a que no existen herramientas de control es el motivo por el cual en la pregunta anterior reflejada en la tabla 5 el 80% de los encuestados dijeron que no se les había comunicado.

TABLA # 7

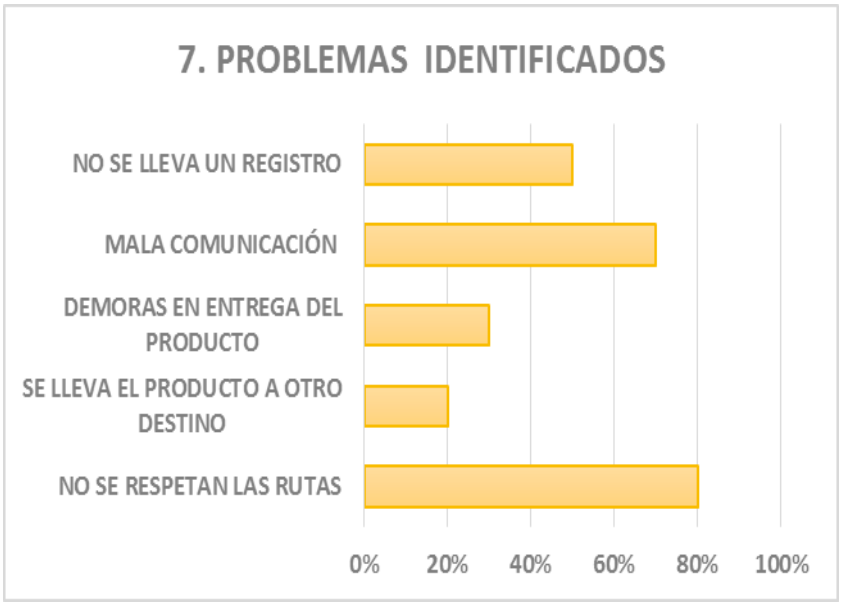
6. DESARROLLO DEL PROCESO ES EFECTIVO

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	**10**	**100%**

El 80% de los encuestados, cree que la forma en la que se vienen desarrollando la comercialización de los productos es efectiva, a pesar de no conocer cuáles

son las actividades a desarrollar y de que no exista una herramienta de control que garantice el buen desarrollo de este proceso.

GRÁFICO # 4



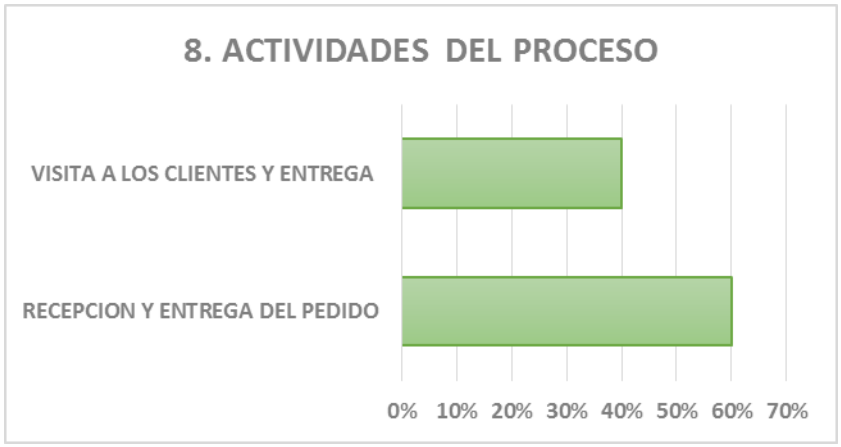
Y a pesar que en la pregunta anterior el 80% porciento estaba de acuerdo con la forma en la que se vienen desarrollando el proceso de comercialización de los productos es efectivas, es evidente que están consiente de que existen problemas en el actual proceso.

En el gráfico # 4 se muestran los principales problemas que pudieron identificar los empleados de la planta embotelladora Acqua Capri, el 80% están de acuerdo que el principal problema que tiene el proceso es que no se respetan las rutas, seguido de esto con un 65% está la mala comunicación interna que existe entre los colaboradores.

Aparece nuevamente el problema de que no se lleva ningún tipo de control o registro con un 45%, y con menos porcentajes, pero no por ello menos

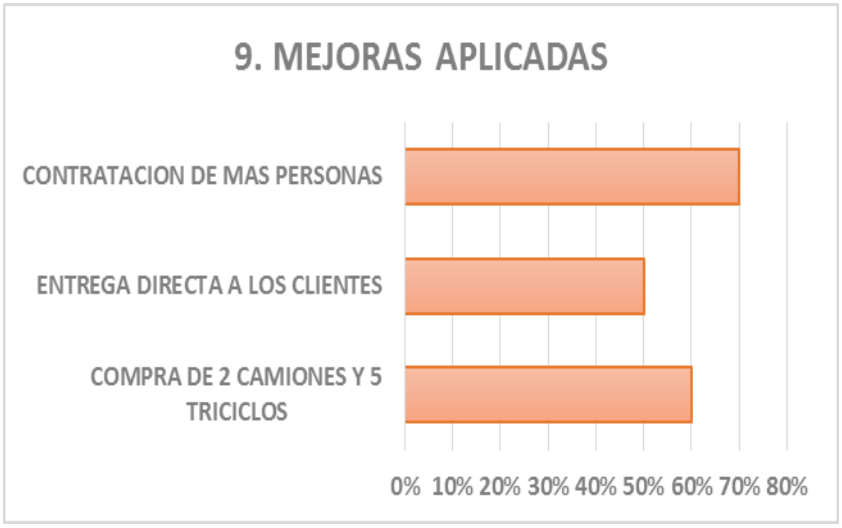
importantes las demoras en la entrega de los productos con un 25%, y que se llevan los productos a otro destino, estos dos últimos problemas son consecuencia de la mala comunicación que existe entre los colaboradores de la empresa.

GRÁFICO # 5



Cuando la pregunta fue si podían describir cuáles son las actividades que están ligadas al proceso de distribución de los productos, los empleados solo pudieron describir el proceso de dos formas, el 40% visita a los clientes en el camión con los productos y los entrega, y el 60% de los empleados receptan el pedido que se recibe vía telefónica por la secretaria y procede a el despacho, sin una hoja de ruta o registro para el control.

GRÁFICO # 6



Las mejoras se han aplicado para contrarrestar los problemas que se han presentado en la ejecución de estos procesos según el criterio de los empleados a lo largo de estos años han sido: con un 70% la contratación de más personal para realizar estos procedimientos, con el 60% la compra de 2 camiones y 5 triciclos, y con un 50% el hecho de que se los deje realizar una entrega directa al cliente, ya que anteriormente solo se receptaban los pedidos por medio de secretaría.

TABLA # 8

10. PROCEDIMIENTO PARA EL PROCESO

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	**10**	**100%**

En la pregunta número 6 se les consulto si creían que la forma en la que se vienen desarrollando los procesos de comercialización de los productos son efectivas, el 80% contesto que sí, pero una vez que se les pidió identificar los problemas que actualmente presentaban en el proceso esto de alguna forma influencio para que ellos se dieran cuenta de la realidad que estaban enfrentando, es por ello que cuando llegó la última pregunta, en donde se le consultaba si creían que se debía establecer un procedimiento para el desarrollo de las actividades de comercialización asombrosamente todos contestaron que sí.

3.2.3. Análisis de la Encuesta #2

TABLA # 9

2. DESPACHO DEL PRODUCTO

OPCIONES	RESULTADOS	%
LLEGA A TIEMPO	2	10%
EXISTEN DEMORAS	15	75%
PEDIDO INCOMPLETO	3	15%
TOTAL	**20**	**100%**

Esta encuesta se la aplico a los distribuidores frecuentes de la planta embotelladora Acqua Capri en la cual se pudo obtener los siguientes resultados:

Cuando se les realizó la pregunta de cómo era el despacho de los productos el 75% de los encuestados coincidieron que existen demoras en la entrega de sus productos, el 15% que los pedidos le llegan incompletos y solo el 10% que llega a tiempo.

TABLA # 10

3. PROCESO EFECTIVO

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	3	15%
NO	17	85%
TOTAL	**20**	**100%**

El 85% de los encuestados creen que la forma en la que se vienen desarrollando los procesos de comercialización de la empresa es no efectivos a un 15% que si lo cree, tal y como se lo puede evidenciar en la tabla 10 que se muestra a continuación.

TABLA # 11

4. ¿DEBERÍAN DE MEJORAR?

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	19	95%
NO	1	5%
TOTAL	**20**	**100%**

Con una aprobación del 95%, es evidente que las personas que adquieren los productos de Acqua Capri, concuerdan con la idea de que si existiera una mejora en el actual proceso de comercialización de los productos, la empresa alcanzaría mejorar sus resultados en el mercado.

TABLA # 12

5. ¿HA EVIDENCIADO UNA MEJORA?

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	2	10%
NO	18	90%
TOTAL	**20**	**100%**

A pesar de que la mayor parte de los distribuidores frecuentes de la planta, tienen menos de un año trabajando con esta empresa, ellos supieron manifestar que a lo largo del tiempo que vienen adquiriendo los productos de esta marca, no han notado cambios que reflejen una mejora en su proceso de comercialización.

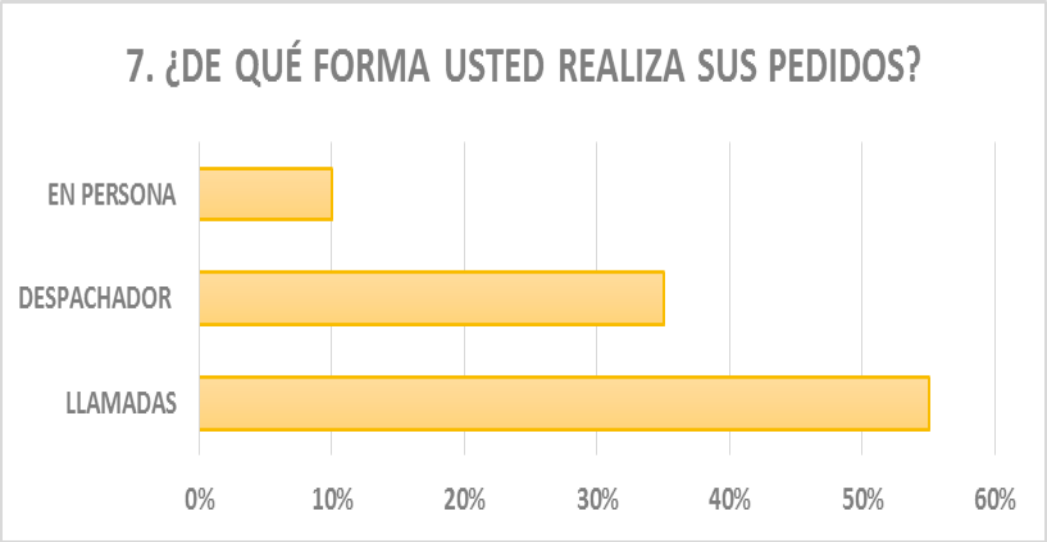
TABLA # 13

6. ES EFECTIVO EL ACTUAL PROCESO

OPCIONES	RESULTADOS	%
SI	4	20%
NO	16	80%
TOTAL	**20**	**100%**

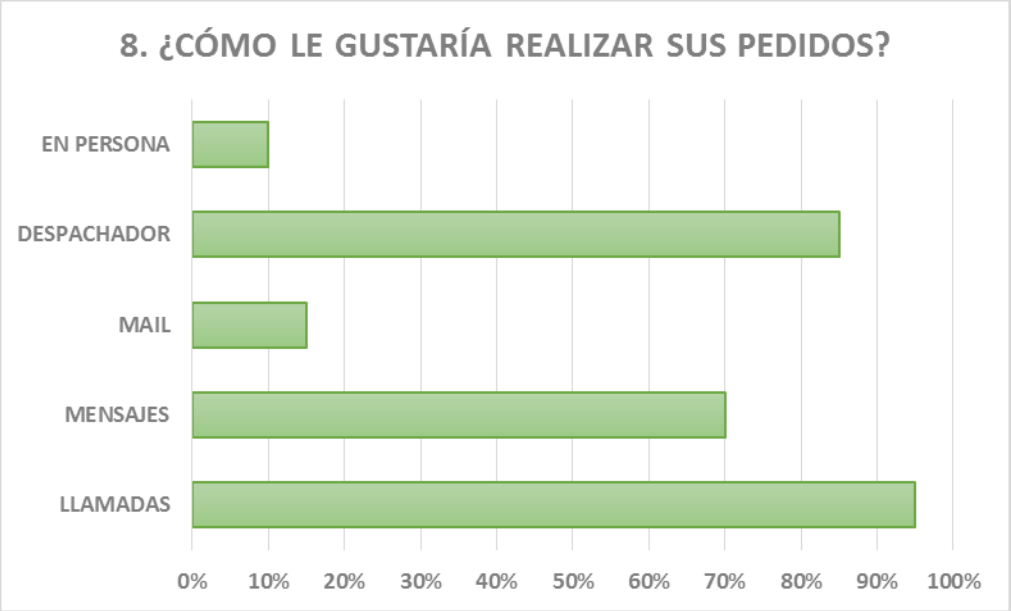
Y como era de suponerse el 80% de los distribuidores frecuentes creen que el proceso de comercialización que actualmente es ejecutado por los empleados de esta empresa no es para nada efectivo.

GRÁFICO # 7



Los intermediarios encuestados que adquieren productos de la embotelladora Acqua Capri, indicaron que actualmente solo tienen 3 canales por los cuales la empresa les permite realizar sus pedidos, entre estas tres opciones la que más utilizan actualmente es el de realizar sus pedidos por medio de las llamadas telefónicas, otra opción que se utilizan es realizar los pedidos directamente a los carros que despachan el producto, y finalmente la opción por la que optan realizar pedidos aunque la cantidad de encuestados que utiliza esta opción es mínima frente a las dos anteriores es el pedido directo en las oficinas de planta embotelladora Acqua Capri.

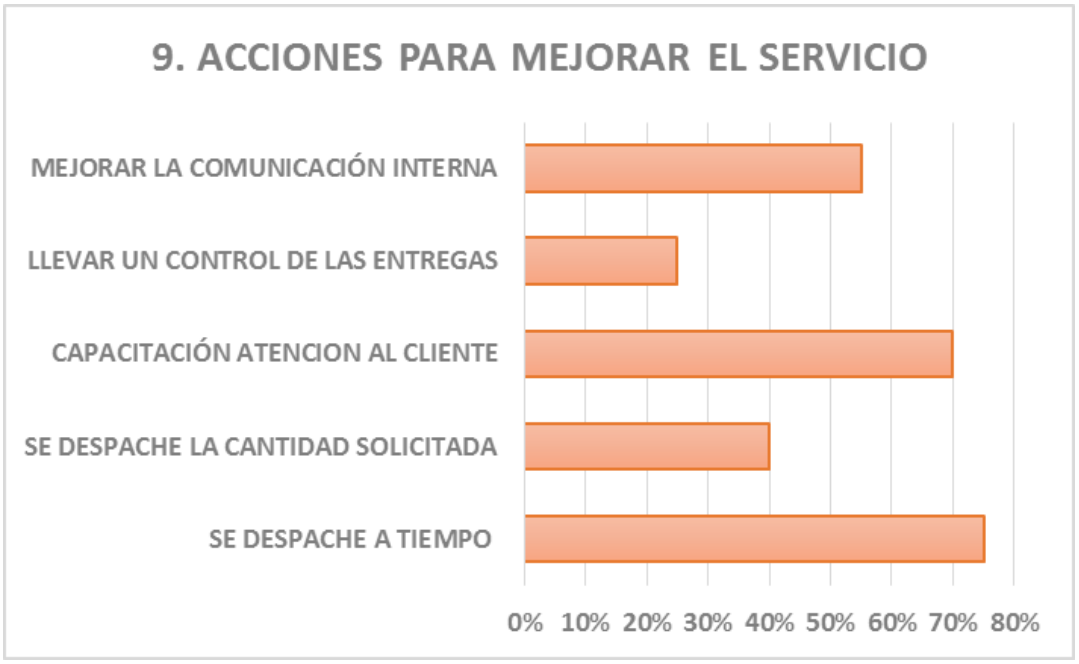
GRÁFICO # 8



En la lista del gráfico 8, se encuentran las opciones que prefieren los distribuidores de los productos de Acqua Capri al momento de realizar sus pedidos, y revisando la lista es evidente que están muy de acuerdo con que se mantengan las 2 opciones con mayor preferencia, que son las que anteriormente en el gráfico 7 indicaron que usaban actualmente, pero además de esto aparece una nueva opción con un importante porcentaje de preferencia que es hacerlo mediante mensajes de texto.

Existió una opción más que aunque no muchos se inclinaron por esta, es importante que se la tenga en cuenta, y esta opción es vía mail.

GRÁFICO # 9



Entre las acciones que los encuestados creen que la planta embotelladora Acqua Capri debe de implementar con el fin de mejorar el servicio se encuentran las siguientes opciones: con un 75% que se despache a tiempo el producto, muy seguido de la capacitación a la atención al cliente con un 70%, el 55% recomienda que deben de mejorar la comunicación interna de los empleados de la empresa, y entre estas acciones que los distribuidores consideran importantes para su aplicación, con un 40% que se despache la cantidad de producto solicitada y finalmente que se lleve un control o registro del producto que están entregando.

GRÁFICO # 10

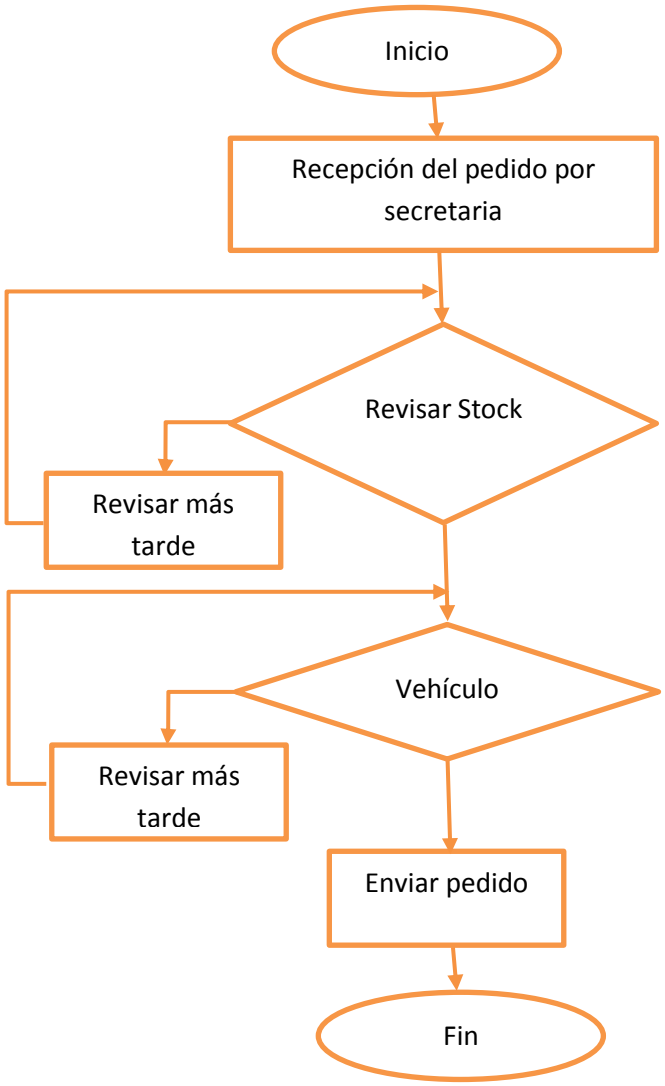


Finalmente al momento de que a los distribuidores le toco calificar el servicio recibido por los empleados de la empresa, el 60% de ellos lo consideraron como REGULAR, seguido del 20% como BUENO, seguido de que el 15% los entrevistados evaluaron como MALO al servicio que reciben en el proceso de comercialización.

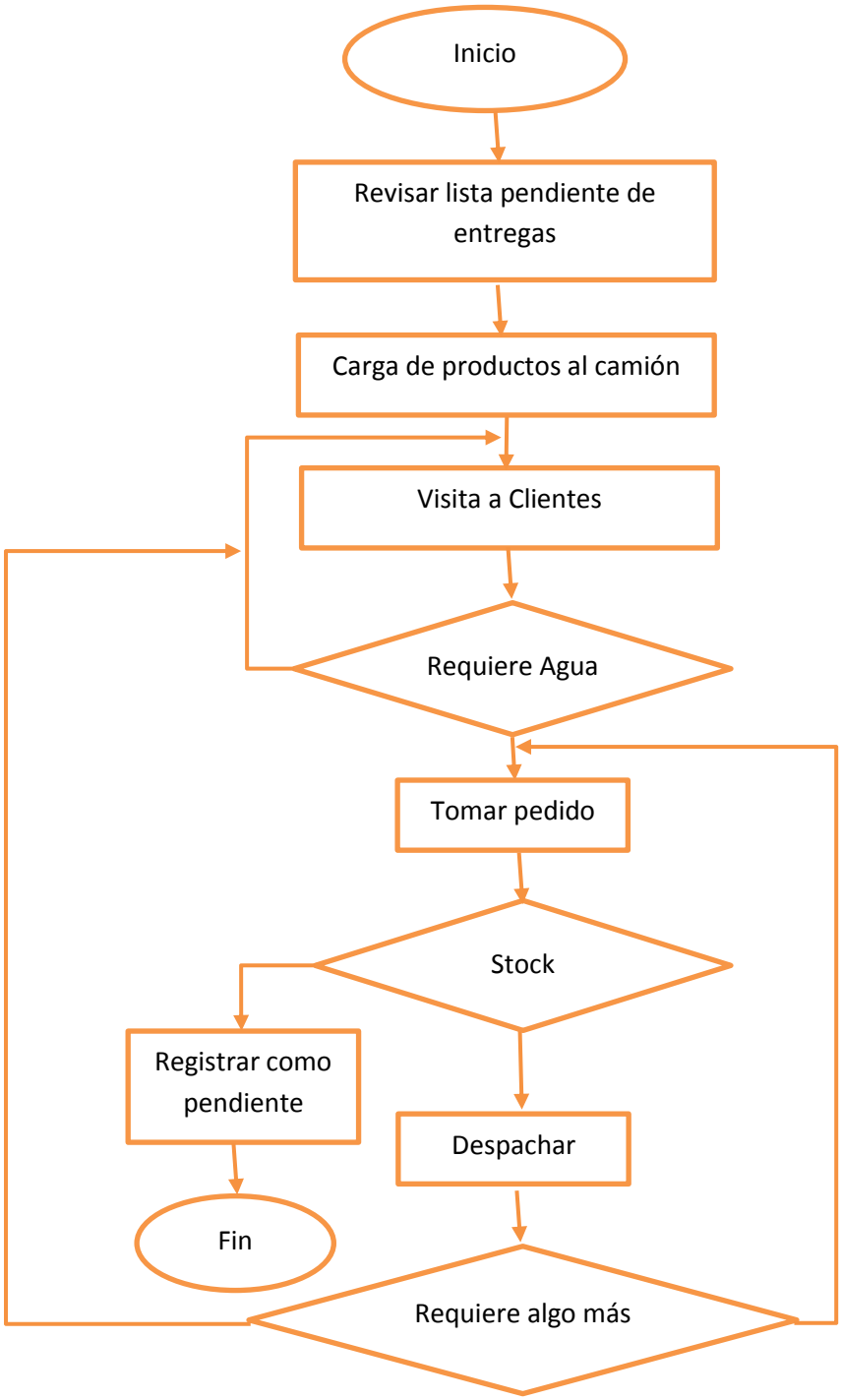
3.2.4. Descripción del proceso actual

Proceso distribución de los productos:

Método 1



Método 2


Inicio
Revisar lista pendiente de entregas
Carga de productos al camión
Visita a Clientes
Requiere Agua
Tomar pedido
Stock
Registrar como pendiente
Despachar
Fin
Requiere algo más

CÁPITULO 4

DISCUSIÓN

4.1. Discusión de los Resultados

El propósito de este estudio fue analizar la situación proceso de comercialización de agua embotellada de la empresa Acqua Capri en la ciudad de Esmeraldas.

Unos de los objetivos específico desarrollado en este análisis fue conocer la situación actual del proceso de comercialización de la planta embotelladora Acqua Capri, en la cual se aplicaron dos instrumentos, las entrevistas y las encuestas de las cuales se pude identificar que al igual que en el estudio previo tomado como referencia, publicado en mayo del 2015, por el MSc. Boris Estupiñán Ortiz, ex estudiante de la PUCE Sede Esmeraldas, con el tema "Evaluación de la gestión administrativa de la distribuidora de agua Fontbella en el cantón Atacames", permitieron determinar debilidades que existen en las dos organizaciones, ya que ambas se desarrollan sus procesos de forma empírica, carecen de un manual de procedimientos, y brindan atención y servicio al cliente de forma regular.

(Castellano Cardona, 1999), en su investigación "Modelo de estructuración de canales de distribución para la comercialización de bebidas" señala que los distribuidores que adopten las estrategias de comercialización que imparten las empresas son las que tendrías mayor venta de bebidas, sin embargo los distribuidores de Acqua Capri, no podrían extraer este tipo de estrategias de comercialización, ya que la planta embotelladora que les provee los productos, no aplica estrategias efectivas, al contrario cuenta con una mala imagen ante sus clientes frecuentes.

A pesar que la actividad principal de la planta embotelladora Acqua Capri es la producción y no la comercialización de sus productos, ha optado por venir realizando

este procedimiento, a diferencia del resultado que arrojo el estudio "Plan de Negocios de Agua Embotellada para ETAPA" realizado en la ciudad de Cuenca, en el cual sus autores (Gutierrez Castro & Calle Vidal , 2010) indican que el negocio del agua embotellada está determinado por el volumen, es decir, mientras mayor participación de mercado se logre, mayores réditos se genera, por lo que es importante que se mantenga y se capten mayores espacios de los mercados que se mantienen y que se esperen conquistar, además en esta investigación se recomienda que se delegue el proceso de distribución de su producto a otra empresa, una con experiencia en este campo.

A diferencia de los resultados que proyectó el estudio "Plan de Negocios de Agua Embotellada para ETAPA" mencionado en el párrafo anterior, en la investigación "Plan de negocio para la creación de una planta purificadora de agua San Jorge" realizada por los autores (Ortiz Porras, Roque Huayra, & Goyburu Naquiche, 2015), se llegó a la conclusión de que en cuanto a la distribución, existen tres posibilidades de realizarla que son: propia, por terceros o mixta; y se recomendó la opción de una distribución propia, según los resultados de este estudio, ya que realizaron una comparación de los costos de logística y de distribución resultaron relativamente bajos, es por ello que consideraron asumirlo, de la misma forma en que la empresa Embotelladora Acqua Capri actualmente los cubre, pero con la diferencia de que no se realizó ningún tipo de estudio para tomar esta decisión.

El presente estudio proyecta ser una investigación previa a la elaboración de un manual de procedimientos en el proceso de comercialización de la planta embotelladora de Acqua Capri

4.2. Conclusiones y Propuesta

4.2.1. Conclusiones:

La planta embotelladora Acqua Capri, en la actualidad tiene dificultades en el proceso de comercialización de sus productos originados principalmente por la falta de mecanismos de control, una vez hecho el análisis y tomando como base los objetivos propuestos se puede concluir con lo siguiente:

- ✓ La información que se obtuvo referente a las actividades que cada empleado desarrolla dentro del proceso de comercialización de la empresa, fue muy general, debido a que no tienen definidas sus funciones, todos realizan la misma actividad de la forma que ellos crean que es la más conveniente, no tienen ningún tipo de control en el cumplimiento de sus actividades, no se manejan por tiempos, ni metas, ni se les ha definido rutas.

- ✓ El análisis reflejo que existen falencias en el actual proceso de comercialización, ya que ninguno de los empleados pudo describir puntualmente cuales son las actividades del proceso que realiza.

- ✓ Se pudo identificar que los principales problemas que impiden el éxito del proceso son: no existe una planificación, falta de comunicación entre compañeros y no aplicación de herramientas de control, lo que conlleva a que no se respeten las rutas, los productos se entreguen con considerables retrasos, cambio de destinos, mal servicio al cliente.

- ✓ El 75% de los distribuidores indicaron que existen demoras en la entrega de los productos, el 85% cree que el proceso utilizado no es efectivo y un 95% está de acuerdo con que la empresa debería de mejorar el proceso actual de comercialización.

- ✓ Se identificó que existen varias formas de que los productos lleguen desde la planta embotelladora hasta el distribuidor, además que en estos procesos no se lleva un registro histórico por cliente de los pedidos hechos y entregados.

4.2.2. Propuesta:

- ✓ Aplicar estrategias de comercialización que permitan la entrega a tiempo de los productos, la cantidad correcta y con un buen servicio.

- ✓ Fortalecer la comunicación interna.

- ✓ Realizar una planificación de la entrega de los productos, en la cual se definan el cumplimiento específico de sus rutas a los diferentes empleados.

- ✓ Implementar un sistema de control de procesos que permitan minimizar la pérdida de tiempos y de recursos utilizados en el proceso de comercialización.

- ✓ Realizar un estudio el cual permita establecer las estrategias a aplicar para el mejoramiento del proceso de distribución de la planta embotelladora de Acqua Capri.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (20 de Octubre de 2008). Constitución de la Republica del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador .
- Caballero , G., & Freijeiro, A. (2007). *Direccion Estratégica de la PYME.* España: Ideas Propias.
- Castellano Cardona, L. J. (1999). *Modelo de estructuración de canales de ddistribucion para la comercialización dde bebidas.* Mexico.
- Companys Pascual, R., & Fonollosa i Guardiet, J. (1999). *22 Nuevas Técnicas de Gestión de Stocks: MRP y JIT.* Barcelona - España: MARCOMBO S.A.
- Durán, M. (1992). *Gestión de Calidad.* Madrid: Edigrafos.
- Edward J., H. (2002). *Justo a Tiempo, la técnica Japonesa que genera mayor ventaja competitiva.* Bogota: Norma.
- Enríquez. (2001). *Procedimiento y Proceso Administrativo Práctico.* La Ley Grupo Wolters Kluwer.
- Enríquez. (2001). *Procedimientos y Procesos Administrativo Práctico.* La Ley Grupo Wolters Kluwer.
- Estupiñán, B. E. (Mayo de 2015). Evaluación de la Gestión administrativa de la distribuidora de agua FONTBELLA en el cantón Atacames. Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.
- Gutierrez Castro, Z., & Calle Vidal , H. (2010). *Plan de Negocios de Agua Embotellada para ETAPA.* Cuenca.
- J.Galvan. (2009). *Fundamentos de la Administración.* Costa Rica.
- Jimenez, S. M. (2004). *Distribución Comercial Aplicada.* Madrid: Business&MarketingSchool.
- Orozco Miranda , W. (2009). *Estudio de prefactibilidad para la instalación y operación comercial de una planta de purificación y envasado de agua para consumo humano en el municipio de monjas, departamento de Jalapa, Guatemala.* Guatemala.

- Ortiz Porras, J., Roque Huayra, D., & Goyburu Naquiche, I. (2015). *Plan dde Negocios para la creación de una planta purificadora de Agua: San Jorge.* Lima.
- Pérez, J. F. (2013). Definición de procesos (Cuarta Edición). Madrid: Graficas Dehon.
- Rivera, J. (2010). *Gestión de la RSC.* España: Netbiblo.
- Ruiz, R., Guzmán, J., & Lluis de la Rosa, J. (2007). *DIRECCION EMPRESARIAL ASISTIDA Cómo Alinear Estratégicamente su Organización.* Madrid: Vision Net.
- Ruiz, R., Guzmán, J., & Lluis de la Rosa, J. (s.f.). *DIRECCION EMPRESARIAL ASISTIDA Cómo Alinear Estratégicamente su Organización.* Madrid: Vision Net.
- Y. Chang, R., & Niedzwiecki, M. (1999). *Las herramientas para la mejora continua de la calidad.* Buenos Aires: Granica.
- Aguirre, A. (2012). Modelo De Gestión por Procesos para Equinorte. Quito.
- Bucheli, M. L. (2015). Modelo de gestión por procesos de la empresa Serving. Esmeraldas.
- Caballero , G., & Freijeiro, A. (2007). Direccion Estratégica de la PYME. España: Ideas Propias.
- Mariño, H. (2010). Gerencia de Procesos. Bogota: Alfaomega.
- Perez, J. A. (2010). Gestión por Procesos. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Pérez, J. F. (2013). Definición de procesos (Cuarta Edición). Madrid: Graficas Dehon.
- Rivera, J. (2010). Gestión de la RSC. España: Netbiblo.
- Ruiz, R., Guzmán, J., & Lluis de la Rosa, J. (2009). Dirección Empresarial Asistida Cómo Alinear Estratégicamente su Organización. Madrid. Vision Net.
- Undaondo Durán, M. (1992). Gestión de Calidad. Madrid: Edigrafos.
- Y. Chang, R., & Niedzwiecki, M. (1999). Las herramientas para la mejora continua de la calidad. Buenos Aires: Granica.

- Pérez P. & Calderón G. (2014). Análisis de los Procesos de Comercialización de Tecnología en Dos Instituciones de Educación Superior Mexicana. *Journal Of Technology Management & Imnovation*, *9*(3), 117-130.

ANEXOS

Anexo 1 – CETIFICADO URKUND

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Tesis Completa Dayra Miketta.docx (D24309758)
Submitted:	2016-12-13 16:11:00
Submitted By:	elias.salazar@pucese.edu.ec
Significance:	7 %

Sources included in the report:

http://coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/La_economia_popular_solidaria_en_el_Ecuador.pdf
http://www.unitec.edu.ve/materiasenlinea/upload/T1122-2-2.ppt
http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/REGLAMENTO-AUTORIZACI%C3%83%E2%80%9CN-PUBLICIDAD-Y-PROMOCION-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf
http://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf
http://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/386/1/BUCHELI%20ZUNIGA%20MARIA%20LISETT.pdf
http://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/estudiantes/trabajos_de_clases/19961_2008-CEE-GLYNCH-00151.pdf

Instances where selected sources appear:

14

Anexo 2 – Entrevista

Dirigido a: Gerente General de la Planta Embotelladora Acqua Capri (1persona)

1. ¿Existe actualmente un proceso definido para la comercialización de sus productos?

2. ¿Se ha socializado con los empleados de la empresa este proceso?

3. ¿Conocen sus empleados cuales son las actividades que deben desarrollar en la comercialización de los productos de Acqua Capri? Si la respuesta es afirmativa ¿En cuánto tiempo y de qué forma se la realiza?

4. ¿Cómo cree usted que es el desempeño de los trabajadores en la empresa?

5. ¿Cree usted qué el actual proceso de comercialización que se emplea es el más conveniente?

6. De ser negativa la respuesta anterior: ¿Cuáles considera usted que son los problemas que impiden la buena ejecución de este proceso?

7. ¿Qué tipo de mejoras se ha aplicado para contrarrestar los problemas que se han presentado en la ejecución del proceso de comercialización?

8. ¿Considera usted que es importante documentar los proceso que se llevan a cabo en una empresa?

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

ANEXO Nº 2

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVO: Analizar el proceso de comercialización de la planta embotelladora Acqua Capri

POBLACIÓN: Gerente Propietario de la Planta Embotelladora Acqua Capri

INSTRUMENTO: Entrevista

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓			✓	✓		✓		
2	✓		✓			✓	✓		✓		
3	✓		✓			✓	✓		✓		
4	✓		✓			✓	✓		✓		
5	✓		✓			✓	✓		✓		
6	✓		✓			✓	✓		✓		
7	✓		✓			✓	✓		✓		

ASPECTOS GENERALES	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir	✓		

VALIDEZ			
APLICABLE:	✓	NO APLICABLE:	
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:	✓		

Validado por:	MGT. BIMMY JAIRME VELEZ
C.I:	080224013-8
Firma:	
Fecha:	28/11/2016

Anexo 4 – Encuesta 1

Dirigido a: Empleados de la Planta Embotelladora Acqua Capri (10 personas)

1. ¿Cuánto tiempo ha laborado en la empresa?

   0 a 2 años ___
   2 a 5 años ___
   5 o más años ___

2. ¿Conoce si la empresa tiene algún proceso para comercializar sus productos?
   Si ___ No ___

3. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación sobre el proceso de comercialización de los productos que ofrece Acqua Capri?

   Verbal ___ Escrita___ Grupal ___ Ninguna___

4. ¿Le han comunicado cuales son las actividades que usted debe realizar, en cuanto tiempo y de qué forma debe de ejecutarlas?
   Si___ No___

5. ¿Se utiliza para estos procesos alguna herramienta de control?
   Si___ No___

6. ¿ Cree usted que la forma en la que se vienen desarrollando la comercialización de los productos son efectivas?
   Si___ No___

7. ¿Cuáles son los problemas que ha identificado como impedimentos del éxito de los procesos?

   _____
   _____
   _____

8. ¿Puede describir cuales son las actividades que se están ligadas con el proceso de distribución de los productos?

   _____
   _____
   _____

9. ¿Qué tipos de mejoras se han aplicado para contrarrestar los problemas que se han presentado en la ejecución de estos procesos?

   _____
   _____
   _____

10. ¿Cree usted que se debe establecer un procedimiento para el desarrollo de las actividades de comercialización?

    Si___ No___

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

ANEXO Nº 5

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVO: Analizar el proceso de comercialización de la planta embotelladora Acqua Capri.

POBLACIÓN: Trabajadores de la Planta Embotelladora Acqua Capri

INSTRUMENTO: Encuestas

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓			✓	✓		✓		
2	✓		✓			✓	✓		✓		
3	✓		✓			✓	✓		✓		
4	✓		✓			✓	✓		✓		
5	✓		✓			✓	✓		✓		
6	✓		✓			✓	✓		✓		
7	✓		✓			✓	✓		✓		
8	✓		✓			✓	✓		✓		
9	✓		✓			✓	✓		✓		
10	✓		✓			✓	✓		✓		

ASPECTOS GENERALES	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓		
Los ítems están distribuídos en forma lógica y secuencia	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir	✓		

VALIDEZ			
APLICABLE:	✓	NO APLICABLE:	
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:	✓		

Validado por:	MGT. GIMMY JALOME VELEZ
C.I:	080274013-5
Firma:	
Fecha:	28/11/2016

Anexo 6 – Encuesta 2

Dirigido a: Distribuidores de la Planta Embotelladora Acqua Capri (20 personas)

1. ¿Qué tiempo usted tiene comercializando con la empresa Acqua Capri?

   _____

2. ¿Cómo es el despacho de los productos que usted recibe?

   Llega a tiempo ___ Existen demoras___ Pedido incompleto___

3. ¿Cree usted que la forma en la que se vienen desarrollando los procesos de comercialización de la empresa son efectivos?

   Sí___ No___

4. ¿Cree usted que si existiera una mejora en el actual proceso de comercialización de los productos, la empresa alcanzaría mejorar sus resultados en el mercado?

   Sí___ No___

5. ¿Ha evidenciado algún tipo de mejora en este proceso en los últimos años?

   Sí___ No___

6. ¿Considera efectivo el proceso de entrega de los productos por parte de Acqua Capri?

   Sí___ No___

7. ¿De qué forma usted realiza sus pedidos?

   Llamada ___ Mensaje___ Mail___ Despachador___

   En persona___ Otra _____

8. ¿De qué forma le convendría a usted realizar sus pedidos?

   Llamada ___ Mensaje___ Mail___ Despachador___

   En persona___ Otra _____

9. ¿Qué acciones le gustaría que la empresa aplique para mejorar este proceso?

   _____
   _____
   _____

10. Del 1 al 10, ¿Cómo usted puede calificar el servicio que recibe de la empresa?

    Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

ANEXO Nº 8

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVO: Analizar el proceso de comercialización de la planta embotelladora Acqua Capri.

POBLACIÓN: Gerente Propietario de la Planta Embotelladora Acqua Capri

INSTRUMENTO: Entrevista

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓			✓	✓		✓		
2	✓		✓			✓	✓		✓		
3	✓		✓			✓	✓		✓		
4	✓		✓			✓	✓		✓		
5	✓		✓			✓	✓		✓		
6	✓		✓			✓	✓		✓		
7	✓		✓			✓	✓		✓		
8	✓		✓			✓	✓		✓		

ASPECTOS GENERALES	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir	✓		

VALIDEZ			
APLICABLE:	✓	NO APLICABLE:	
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:	✓		

Validado por:	MGT. GIMMY JACOME VÉLEZ
C.I:	080224013-5
Firma:	
Fecha:	28/11/2016